

Herbert Schwaab

## Melissa R. Ames: Small Screen, Big Feels: Television and Cultural Anxiety in the 21st Century

2023

<https://doi.org/10.25969/mediarep/19686>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schwaab, Herbert: Melissa R. Ames: Small Screen, Big Feels: Television and Cultural Anxiety in the 21st Century. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 40 (2023), Nr. 2, S. 208–209. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/19686>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

### Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

### **Melissa R. Ames: Small Screen, Big Feels: Television and Cultural Anxiety in the 21st Century**

Lexington: University Press of Kentucky 2018, 311 S., ISBN 9780813180069, EUR 41,50

Dass das Fernsehen im Zusammenspiel mit den Sozialen Medien vielleicht eine zum Teil fatale und problematische Verstärkung von Gefühlen erzeugt, wurde vor allem durch Donald Trump und seine sich auf den Sender Fox beziehenden Twitter-Attacken deutlich. Richard Grusin beschreibt dies in einem Beitrag zu Donald Trumps ‚evil mediation‘ in dem Band *Trump und das Fernsehen* (Köln: Herbert von Halem, 2020) als den Effekt einer neuen Medienökologie, die unkontrollierbare und unmittelbar auf die Menschen einwirkende Informations- und Affektströme hervorbringt und die mit Begriffen der Repräsentation nicht mehr zu fassen ist. Etwas ähnliches scheint Melissa R. Ames im Sinn zu haben, wenn sie sich in der vorliegenden Sammlung von Essays zu Fernsehserien, Reality TV, Politformaten und Sozialen Medien wie Twitter mit dem Status der Emo-

tions- und Affektproduktion im aktuellen US-Fernsehen beschäftigt.

Die Spannweite dieser Auseinandersetzung ist groß und legt erfreulicherweise den Fokus vorwiegend auf Programme, die (noch) im freien Fernsehen empfangbar sind. Sie macht damit (auch wenn das nie explizit benannt wird) deutlich, dass das ‚klassische‘ Fernsehen immer noch eine signifikante kulturelle Rolle spielt – in seiner Funktion „to contribute to national affect states“ (S.2). Dieser Affektzustand wird an *Heroes* (2006-2010) analysiert und deutlich gemacht, wie diese Serie durch die Konstruktion eines bedrohlichen Außen zu einer Gemeinschaftsbildung einlädt, die in einer Analogie zur politischen Rhetorik der Post-9/11-USA betrachtet werden kann (vgl. S.31). Ames versucht zu verstehen, wie Ironie in *Late-Night*-Formaten wie *The Daily Show* (1996-) genutzt wird, um eine Gemeinschaft

von Zuschauenden zu formieren, die dadurch besser die aufgeheizte Stimmung und die Antagonismen der US-Gesellschaft erträgt, die durch Sender wie Fox und die Politik konservativer Politiker\_innen erzeugt wird (vgl. S.79). Ames betrachtet darüber hinaus die unzähligen Vaterkonflikte in *Lost* (2004-2010) als Ausdruck einer bedrohten, weißen Maskulinität (vgl. S.94) oder analysiert, wie die Polizeigewalt gegen Schwarze und die Ereignisse in Ferguson in verschiedenen Krimi- und Drama-Serien aufgearbeitet werden (vgl. Kapitel 6). Ein wichtiger Bezugspunkt ihrer Analysen ist die Interaktion von Fernsehen und Twitter. Hier wird vor allem in ihrer Beschäftigung mit dem interessanten Werk der Produzentin und Autorin Shonda Rhimes und mit der intensiven Twitter-Diskussion der Fans der Serie *How to Get Away with Murder* (2014-2020), die sich auf Moral, Gesetz, Rassismus, Homophobie oder die sexuelle Orientierung der Hauptfigur (vgl. S.185) bezieht, deutlich, dass Fernsehen noch immer zu einem Forum der Diskussion gesellschaftlicher Probleme werden kann.

Als Bestandsaufnahme des Status des Fernsehens in den 2000er Jahren und der Rolle, die es bei der Produktion von Gefühlen und Affekten, der Verarbeitung von Traumata und der

Auseinandersetzung mit Politik und Gesellschaft spielt, ist die Arbeit von Ames sehr brauchbar. Allerdings bleibt die Autorin häufig zu sehr auf der Ebene einer Inhaltsanalyse, die zu wenig die Ästhetik in den Blick nimmt oder Twitter-Kommentare eher mit quantitativen Methoden auswertet. Die Rückbindung an Theorien erfolgt eher holprig oder sparsam. So pendelt sie eklektizistisch zwischen Konzepten von C.G. Jung, um die Archetypen von *Lost* zu identifizieren (vgl. S.85), und relativ kurzen Referenzen auf fernsehtheoretische Konzepte, die vorwiegend im einleitenden Kapitel behandelt werden, während der Hauptbezugspunkt der Texte eher journalistische und kritische Texte aus dem Internet sind. Zudem hantiert sie mit wenig aussagekräftigen und etwas plakativen Konzepten wie ‚Schadenfreude‘ oder ‚Voyeurismus‘, um die Funktionen des Reality TVs zu beschreiben (vgl. S.43) und damit ein doch recht limitiertes Verständnis dieser Fernsehform zu liefern. Eine neue Medienökologie, die Affektströme erzeugt und in die ein Fernsehen eingebunden ist, dessen Effekte über die Repräsentation hinausgehen, lässt sich damit nur partiell erfassen.

*Herbert Schwaab (Regensburg)*